

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan era zaman menjadi semakin maju dari tahun ke tahun. Kini dunia memasuki masa transisi terhadap hadirnya teknologi digital atau transformasi digital. Perusahaan dan instansi dunia kini juga semakin menuntut akan kompetensi-kompetensi penunjang hadirnya teknologi dalam rangka adaptasi pada era saat ini. Oleh karena itu, banyak pekerja maupun calon tenaga kerja mulai menyadari pentingnya peningkatan kapasitas diri melalui berbagai pelatihan berbasis keterampilan digital.

Seiring meningkatnya kesadaran tersebut, lembaga-lembaga pelatihan juga semakin banyak diminati oleh para usia produktif. Lembaga pelatihan seperti Balai Latihan Kerja (BLK), Pusat Pelatihan Kerja Daerah (PPKD) ataupun lembaga pelatihan lain termasuk swasta mengalami peningkatan minat dari masyarakat, khususnya usia produktif. Namun, meningkatnya permintaan ini juga dibarengi dengan tantangan baru, terutama dalam hal penyusunan program pelatihan yang relevan dengan kebutuhan industri. Era disrupsi digital menuntut lembaga pelatihan untuk tidak hanya memberikan materi, tetapi juga menghadirkan kurikulum yang adaptif dan kontekstual terhadap dinamika zaman.

Untuk mencapai tingkat kepuasan yang optimal dalam suatu program pelatihan, pengelola dalam hal ini lembaga pelatihan dituntut memiliki manajemen yang baik, terutama dalam mengelola kurikulum sebagai inti dari proses pembelajaran. Apabila proses pengembangan kurikulum dilakukan secara sistematis, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan peserta serta tujuan lembaga, maka keberhasilan program pelatihan akan meningkat dan prestasi peserta maupun lembaga akan turut meningkat.¹ Karena kurikulum yang relevan tidak hanya akan meningkatkan prestasi peserta, tetapi juga mencerminkan kredibilitas lembaga di mata dunia industri.

¹ Halili, M., Putridiyanti, F., & R, A.H. Pengembangan Kurikulum Terhadap Kompetensi Peserta Didik di Madrasah. *JUMPA: Jurnal Manajemen Pendidikan*.2, no. 2 (2021)

Sehingga dalam konteks tersebut, kurikulum yang berlaku salah satunya dalam pelatihan kerja harus bersifat fleksibel dan responsif terhadap kebutuhan industri atau pasar kerjanya. Kurikulum yang dimuat idealnya berbasis pada kebutuhan (*demand-driven*) dimana proses perencanaan hingga evaluasi didasarkan pada analisis terhadap permintaan nyata dari dunia kerja. Sebagaimana efektivitas pembelajaran dalam hal ini pelatihan kewirausahaan sangat ditentukan sejak tahap perencanaan kurikulumnya.² Sejalan dengan hal tersebut, perkembangan teknologi dan transformasi digital, kurikulum lembaga pelatihan perlu dikembangkan secara adaptif agar selaras dengan tuntutan era modern. Kurikulum yang berbasis pada kebutuhan dunia kerja dan mengintegrasikan pemanfaatan teknologi informasi akan mampu meningkatkan kompetensi digital peserta serta efektivitas operasional lembaga. Dengan demikian, lembaga pelatihan dapat berperan lebih strategis dalam mempersiapkan sumber daya manusia yang kompeten dan relevan dengan dinamika industri, termasuk sektor UMKM dan ekonomi kreatif.³

Lembaga pelatihan berperan sebagai jembatan antara dunia pendidikan dan dunia industri. Untuk menjembatani kesenjangan kompetensi, lembaga harus merancang materi pelatihan berdasarkan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) serta mempertimbangkan kebutuhan riil industri. Sumini mengungkapkan bahwa Balai Latihan Kerja (BLK) harus terus berinovasi agar dapat mencetak lulusan yang berkualitas. Lebih lanjut, materi dalam pelatihan hendaknya disusun berdasarkan SKKNI serta analisis kebutuhan industri terkini. Oleh karena itu, salah satu langkah strategis yang bisa dilakukan adalah dengan mengembangkan modul pelatihan berbasis SKKNI yang aplikatif dan responsif terhadap dinamika pasar tenaga kerja.⁴

Maka seiring dengan berkembangnya kebutuhan dan dinamika dunia kerja dan dunia industri terhadap tenaga kerja yang memiliki kompetensi

² Ni'mah Afif, Z., & Fatmawati, N. (2024). Manajemen Kurikulum Program Pembelajaran Kewirausahaan di Sekolah Menengah Kejuruan. *At Tadbir: Islamic Education Management Journal* 2, no. 1 (2024): 66–77.

³ Wibowo, B., Hamdi, E., Indradewa, R., & Munandar, A.A. Analisis Formulasi Strategis untuk Membangun Lembaga Pelatihan dan Pembinaan Berbasis Digital di Indonesia. *Indonesian Research Journal on Education* 4, no. 4 (2024): 161–166.

⁴ Notodiharjo, S., & Supriyoko, S. Pengembangan Modul Pelatihan untuk Meningkatkan Kualitas Hasil Pelatihan. *Media Manajemen Pendidikan* 2. No. 1 (2019): 79

digital, keterampilan di bidang *Digital Marketing* menjadi salah satu kemampuan yang krusial untuk dimiliki, baik oleh Perusahaan maupun sektor usaha kecil dan menengah. Mulai dari berkembangnya internet, hadirnya media sosial dan perangkat *mobile*, maupun teknologi secara keseluruhan menjadikan *Digital Marketing* sebagai salah satu strategi penting yang tidak bisa diabaikan oleh perusahaan untuk menjangkau pasar sasaran mereka secara efektif. Efektivitas strategi ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Khushi Rani, yang menunjukkan bahwa *digital marketing* mampu memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan pelanggan secara signifikan.⁵ Oleh karena itu, penguasaan kompetensi di bidang *digital marketing* menjadi salah satu keterampilan utama yang perlu dikembangkan melalui lembaga pelatihan yang relevan dan responsif terhadap kebutuhan industri.

Pelatihan *digital marketing* bagi pelaku UMKM merupakan langkah strategis untuk mengatasi berbagai tantangan yang mereka hadapi di era digital. Program pelatihan ini tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga pengalaman praktis yang dapat langsung diterapkan oleh para pelaku usaha. Melalui pelatihan yang komprehensif, peserta dapat mempelajari berbagai aspek pemasaran digital, seperti pemanfaatan media sosial, *Search Engine Optimization* (SEO), serta strategi promosi melalui berbagai *platform* digital lainnya.⁶ Selain itu, pelatihan ini juga membantu pelaku UMKM dalam mengenali target pasar dengan lebih tepat, sehingga kegiatan pemasaran menjadi lebih efektif dan efisien.⁷

Sebagai bentuk konkret dari implementasi pendekatan tersebut, berbagai lembaga pelatihan kerja, baik swasta maupun milik pemerintah hadir untuk menjawab tantangan peningkatan kompetensi tenaga kerja di era digital. Salah satu lembaga yang memiliki peran strategis dalam hal ini adalah Pusat

⁵ Rani, K. *Digital Marketing and its Importance in this Era. International Journal of Scientific Research in Engineering and Management* 9, No. 6 (2025): 1-6.

⁶ Pranata, S., Narimawati, U., & Syafei, M. Y. Content Marketing, Social Media Marketing And Search Engine Optimization (Seo) On Successful Business Performance In Msmes In Cirebon City With Digital Literacy As An Intervening Variable. *Jurnal Riset Ekonomi Manajemen (REKOMEN)*, 7(1), (2024): 282.

⁷ Afandi, M.M., Astiwi, W., Putri, H.A., Wahyuni, N., Alghiffari, E.K., & Siswanto, D.H. Optimizing Marketing Strategies for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through *Digital Marketing Training. Civitas: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 1 (2024): 37-49.

Pelatihan Kerja Daerah (PPKD). Sebagaimana diketahui, lembaga pelatihan dan program pelatihan berperan penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang produktif, kompeten, dan mampu bersaing dengan tenaga kerja asing, sekaligus berkontribusi pada penurunan tingkat pengangguran melalui peningkatan kemampuan, produktivitas, dan kesejahteraan masyarakat.

PPKD atau *Pusat Pelatihan Kerja Daerah* merupakan lembaga penyelenggara pelatihan kerja di bawah pembinaan Dinas Tenaga Kerja, Transmigrasi, dan Energi Provinsi DKI Jakarta, sebagaimana tercantum dalam Peraturan Gubernur Nomor 33 Tahun 2015 tentang Pembentukan, Organisasi, dan Tata Kerja Pusat Pelatihan Kerja Daerah. Lembaga ini menyediakan berbagai program pelatihan di bidang-bidang strategis sesuai kebutuhan dunia kerja termasuk *Digital Marketing*.

Di antara PPKD wilayah DKI Jakarta, program pelatihan *Digital Marketing* di PPKD Jakarta Timur menempati posisi lebih unggul. Hal ini dikarenakan PPKD Jakarta Timur membuka program pelatihan *Digital Marketing* lebih awal dibandingkan wilayah lain. Berdasarkan SK Kepala Dinas DTKTE DKI Jakarta No. e-1411 Tahun 2024 tanggal 2 Juli 2024, pelatihan *Digital Marketing* di PPKD Jakarta Timur mulai berjalan sejak Juli 2024, sementara beberapa wilayah lain baru memulai program serupa pada akhir tahun 2024 hingga 2025.⁸ Keunggulan ini membuat PPKD Jakarta Timur memiliki pengalaman yang lebih matang, kesiapan kurikulum yang lebih baik, serta efektivitas pelaksanaan pelatihan yang lebih optimal dibandingkan PPKD lain yang masih dalam tahap pengembangan.

Merujuk pada data hasil observasi awal (sumber internal), program pelatihan *Digital Marketing* di Jakarta Timur membuka dua kelas pada tahun ini dan menempati posisi keempat dalam persentase keterserapan kerja alumni dalam lima tahun terakhir, dengan capaian hingga 88% meskipun tergolong

⁸ Informasi mengenai jadwal pelatihan *Digital Marketing* di masing-masing PPKD wilayah DKI Jakarta diperoleh dari hasil penelusuran situs resmi pada Juli 2024: PPKD Jakarta Pusat, "Pendaftaran," <https://ppkdjakpus.com/pendaftaran/>; PPKD Jakarta Selatan, <https://ppkdjakartaselatan.com> ; PPKD Jakarta Barat, <https://ppkdjakbar.id> ; PPKD Jakarta Utara, <https://ppkdju.com> ; dan PPKD Jakarta Timur, "*Digital Marketing*," <https://ppkdjaktim.co.id/digital-marketing/>.

program pelatihan baru berdasarkan data dashboard PPKD Jakarta Timur.⁹ Selain itu, minat terhadap pelatihan ini terus meningkat secara signifikan yang menjadikannya nomor 1, tercatat 1.803 pendaftar pada Maret 2025, naik tajam dibandingkan 380 pendaftar pada tahun 2024.¹⁰ Fakta ini menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap pelatihan *Digital Marketing* semakin tinggi seiring meningkatnya permintaan pasar tenaga kerja di bidang tersebut.

Tingginya peminat serta capaian tingkat keterserapan alumni menunjukkan bahwa keberhasilan pelatihan sangat bergantung pada pengelolaan kurikulum yang responsif terhadap dinamika pasar kerja. Artinya, pengembangan kurikulum tidak hanya mengacu pada standar formal seperti Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI), tetapi juga harus menyesuaikan dengan tren dan kebutuhan industri terkini. Hal ini menjadi kunci untuk mencetak lulusan yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga relevan dengan kebutuhan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI).

Selain itu, wilayah Jakarta Timur merupakan daerah administratif dengan jumlah penduduk terbesar di DKI Jakarta. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024, penduduk Jakarta Timur tercatat sebanyak 3.086.010 jiwa, dengan sekitar 70% di antaranya merupakan usia produktif (15–64 tahun). Kondisi ini semakin menegaskan pentingnya pengelolaan kurikulum pelatihan yang mampu membekali masyarakat usia produktif dengan keterampilan sesuai tuntutan industri dan perkembangan era digital.

Melihat pada kompleksitas pengelolaan kurikulum *digital marketing* yang dinamis, penelitian ini menggunakan pendekatan fungsi manajemen POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) karena memerlukan pengorganisasian sumber daya yang tepat dan pengawasan yang berkelanjutan agar tetap relevan dengan perubahan tren industri yang sangat cepat.

Merujuk pada tingginya antusiasme masyarakat terhadap program pelatihan *Digital Marketing* di PPKD Jakarta Timur, mengindikasikan adanya pengelolaan program yang efektif dan relevan. Dengan demikian, penelitian ini

⁹ PPKD Jakarta Timur, *Dashboard Pelatihan Digital Marketing*, data internal (Jakarta: tidak dipublikasikan, diperoleh Agustus 2025).

¹⁰ PPKD Jakarta Timur, *Live Report 2025*, data internal (Jakarta: tidak dipublikasikan, diakses Agustus 2025).

bertujuan untuk mengkaji *best practice* pengelolaan kurikulum pelatihan *Digital Marketing* di PPKD Jakarta Timur, mencakup aspek perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilandasi pendekatan kebutuhan pasar kerja. Sehingga, penelitian ini juga berupaya menggambarkan tingkat efektivitas pelatihan dalam membekali peserta dengan kompetensi yang relevan dan adaptif terhadap kebutuhan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI).

B. Fokus dan Sub-Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada pengelolaan kurikulum berbasis kebutuhan pasar kerja di PPKD Jakarta Timur. Adapun Sub-Fokus penelitian berdimensi meliputi:

1. Analisis Perencanaan Kurikulum Pelatihan *Digital Marketing* Berbasis Kebutuhan Pasar Kerja Di Pusat Pelatihan Kerja Daerah (PPKD) Jakarta Timur.
2. Pengorganisasian Kurikulum Pelatihan *Digital Marketing* Berbasis Kebutuhan Pasar Kerja Di Pusat Pelatihan Kerja Daerah (PPKD) Jakarta Timur.
3. Pelaksanaan Kurikulum Pelatihan *Digital Marketing* Berbasis Kebutuhan Pasar Kerja Di Pusat Pelatihan Kerja Daerah (PPKD) Jakarta Timur.
4. Pengendalian Kurikulum Pelatihan *Digital Marketing* Berbasis Kebutuhan Pasar Kerja Di Pusat Pelatihan Kerja Daerah (PPKD) Jakarta Timur.

C. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Analisis Perencanaan Kurikulum Pelatihan *Digital Marketing* Berbasis Kebutuhan Pasar Kerja Di Pusat Pelatihan Kerja Daerah (PPKD) Jakarta Timur?
2. Bagaimana Pengorganisasian Kurikulum Pelatihan *Digital Marketing* Berbasis Kebutuhan Pasar Kerja Di Pusat Pelatihan Kerja Daerah (PPKD) Jakarta Timur?
3. Bagaimana Pelaksanaan Kurikulum Pelatihan *Digital Marketing* Berbasis Kebutuhan Pasar Kerja Di Pusat Pelatihan Kerja Daerah (PPKD) Jakarta Timur?

4. Bagaimana Pengendalian Kurikulum Pelatihan *Digital Marketing* Berbasis Kebutuhan Pasar Kerja Di Pusat Pelatihan Kerja Daerah (PPKD) Jakarta Timur?

D. Tujuan Umum Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengelolaan kurikulum pelatihan *Digital Marketing* di PPKD Jakarta Timur baik dalam hal perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian kurikulum yang berbasis pada kebutuhan pasar kerja.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian manajemen pendidikan dan pelatihan kerja, khususnya terkait pengelolaan kurikulum berbasis kebutuhan permintaan pasar (*demand-driven*) di era digital.

2. Secara Praktis

- a. Bagi PPKD Jakarta Timur, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan dalam menyusun dan mengembangkan kurikulum pelatihan agar lebih relevan, adaptif, dan aplikatif. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat mendokumentasikan alur pengelolaan kurikulum secara sistematis sebagai arsip dan acuan dalam pengembangan kurikulum di masa mendatang bagi lembaga.
- b. Bagi Peneliti, penelitian ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memperoleh pengalaman dan memperdalam pemahaman mengenai pengelolaan kurikulum pelatihan berbasis kebutuhan pasar kerja serta penerapannya di lembaga pelatihan kerja.
- c. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan bahan pertimbangan dalam mengembangkan penelitian mengenai pengelolaan kurikulum pelatihan berbasis kebutuhan pasar kerja pada konteks dan jenis pelatihan yang berbeda.